MINERALQUELLEN

DER KULT UMS WASSER

Kein Nahrungsmittel ist so wichtig wie Wasser. Es ist pure Natur, das reinste Lebenselixier. Kein Nahrungsmittel ist zugleich so profitabel. In der Hand der Nahrungsmultis wird es in Europa und Nordamerika zum Kultobjekt – und weltweit zum Megaseller, selbst in der Dritten Welt

Von **HANS-ULRICH GRIMM**

Es ist klar, schmeckt sauber und frisch, hinterlässt nur im Abgang eine überraschende Note: 62 Euro kostet der halbe Liter. Das japanische Wasser Rokko No kommt aus den Rokko-Bergen. Früher nahmen es die Seeleute gern mit, weil es auf Reisen nicht faulig wurde. So ist es überliefert in dem großen weißen Buch, der Wasserkarte im Hotel Adlon zu Berlin.

Wer einmal für viel Geld sehr nüchtern bleiben möchte, der trinke sich durch die 42 Positionen der Karte, erlebe etwa Canada Geese, mit den leicht stahligen Anklängen am Gaumen und einer vornehm-filigranen Perlage. Fast plump sprudelt demgegenüber Chateldon, das Lieblingswasser Ludwigs XIV., mit der goldenen Sonne auf dem Etikett. Kostet: 16 Euro.

Wer im Leben noch einen gewissen Mangel an Sensitivität empfindet, lasse sich von Markus Del Monego in die Welt der winzigen Differenzen entführen. Der war einmal Weltmeister der Weinkellner und lehrt jetzt auch die Kunst des Wasserschmeckens. Er wagt sogar eine Blindprobe mit zwei Wassern, zwischen denen Welten liegen. Fiji Water, von den Fidschi-Inseln, das ist in den USA schon zur zweitgrößten ausländischen Marke aufgestiegen, nach Evian. Und: Leitungswasser aus Essen-Süd. Dort, in Monegos Keller, findet der Test statt.

Monego greift nach dem ersten Glas, prüft den Inhalt farblich. Schwenkt und schüttelt. Schnüffelt. „Vom Duft her sehr neutral", sagt er zutreffenderweise. Er prüft das andere Wasser – und stellt tatsächlich einen Unterschied fest, der aber „minimal" sei: „Es würde einem im ersten Moment nicht auffallen." Weshalb dann aber das Gewese um das Nasse?

Wasser ist wichtig, ohne Wasser kein Leben. Es gibt kein bedeutenderes Nahrungsmittel. Dabei herrscht, in unseren Regionen, kein Mangel. Doch es ist nicht die Materie, wie bei den Dürstenden, es ist der Mythos, der die Satten zum Wasser zieht. Es ist eher die Sehnsucht nach dem Ursprünglichen, die den Kult ums Wasser speist.

Zum Beispiel um das Fidschiwasser, das sogar im Feuilleton der „Süddeutschen Zeitung" rezensiert wurde. Die Südsee ist ein Sehnsuchtsraum, analysierte dort ein Kulturmensch, die Fidschi-Inseln seien für Amerikaner „eine Metapher für das Unberührte schlechthin", nichts als „pure Landschaft". Dass es auf Fidschi auch Supermärkte, McDonald's und, mitten im Dschungel, eine Nestlé-Fabrik gibt, stört nicht – weiß ja keiner. Und es ist auch eher ein Traum vom Ursprünglichen, Wahren. Das klare Nass wird zum Symbol für die Kultivierung des Einfachen.

Das vornehme Raffles Hotel in Singapur beschäftigt einen eigenen Wasserkellner. In der Wasserbar des Pariser Kultkaufhauses Colette ist der Hit reines Regenwasser aus Tasmanien: „Cloud Juice" (Wolkensaft), sechs Deziliter für sechs Euro. Im Schweizer Jura hat José Barroca das Spezialgeschäft „Vital'Eau" eröffnet. Es bietet 10 000 Flaschen von 200 Marken und Degustationskurse für Firmen und Vereine an.

Wasser ist ein Geschäft. Und wer dafür eine Nase hat, kann gut verdienen.

Der Aufwand bei der Herstellung hält sich in Grenzen. 44 Prozent des weltweiten Flaschenangebots sind lediglich verarbeitetes Leitungswasser. Besonders sprudeln die Gewinne neuerdings beim Wasser ohne Kohlensäure (Branchenbezeichnung: plattes Wasser). In manchen Jahren stieg dessen Verkauf in Deutschland um fast 40 Prozent auf jetzt 1,4 Milliarden Liter. Von den stillen Mineralwässern hat Volvic einen Anteil von 23 Prozent, Vittel 15 und Evian acht Prozent. Was wohl dran sein muss, dass so ein Wasser die Leute erfreut, fragte sich Gerolsteiner und ließ Marktforscher ausschwärmen zu tiefenpsychologischen Befragungen. Heraus kam, sagt Gerolsteiner-Chef Jörg Croseck, dass stilles Wasser „nach nichts schmecken" darf.

Der Trank ohne Eigenschaften: Wasser ist Qualität an sich.

Alle müssen trinken: Säuglinge 620 Milliliter am Tag, junge Menschen bis zu 24 Jahren 1470 Milliliter, danach 60 Milliliter weniger, ab 50 reichen sogar 1230 →



Früher war Wasser zum Waschen da und zum Zähneputzen. Heute ist Wasser ein Star, der um die halbe Welt gekarrt wird, um von der körper- und gesundheitsbewussten Szene als Quell der Reinheit und Heilung gefeiert zu werden. Oft für sehr viel Geld



FOTO: MARITIUS

Viel Wasser soll der Mensch trinken. Muss es aber Mineralwasser sein?

Milliliter, ab 65 sollten es schon 1310 Milliliter sein. So empfiehlt es die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) – wobei DGE-Frau Antje Gahl einräumt, dass man es nicht „auf den Milliliter genau" einhalten müsse. Die Leute gehorchen dennoch: Der Pro-Kopf-Verbrauch von Wasser aus Flaschen hat sich in Deutschland seit 1970 verzehnfacht, von 12,5 auf 129 Liter; stieg weltweit gar von einer Milliarde auf 126 Milliarden Liter.

KEIN WUNDER, DASS SICH die großen Nahrungsmultis um die Marktanteile keilen. 660 amtlich anerkannte Quellen gibt es in Deutschland, 600 Mineralwasser- und Heilwassermarken, verteilt auf 230 Unternehmen. Brunnen wie Fürst Bismarck, Harzer Grauhof, Neuselters und Rietenauer gehören schon zum expandierenden Imperium von Nestlé Waters. Danone ist eher ein Meister im Stillen, mit Volvic, Evian, Badoit. Auch der US-Konzern Coca-Cola ficht jetzt beim „Wasserkampf in Europa" („Time") mit. Die Waffe: ein neues Premiumprodukt namens Dasani. Doch Dasani kam, so enthüllten englische Journalisten, ganz schlicht aus dem Hahn, wurde auf dem Weg zum Kunden aber um 3000 Prozent teurer. Eine grandiose PR-Pleite, die Einführung wurde im März für ganz Europa abgeblasen. Beim klaren Wasser sind die Leute von der Braune-Brause-Fraktion ohnehin nicht sehr erfolgreich: Ihr in Deutschland seit 1988 ausgeschenktes, aus zehn verschiedenen Leitungswassern gezapftes Bonaqa dümpelt bei einem Marktanteil von 1,3 Prozent herum.

„Mineralwasser löscht Durst am besten", schwärmt Arno Dopychai, Sprecher des Verbandes deutscher Mineralbrunnen. Schließlich enthalte das Mineralwasser „viele Mineralien", die der Körper braucht. Braucht er nicht, sagt der Freiburger Medizinprofessor Franz Daschner: „Mit Brot, Käse, Gemüse nehmen wir täglich mehr als genügend Mineralien auf." Zudem ist die Mineralienmenge stark brunnenabhängig. Die Dauner Quelle etwa enthält 185 Milligramm Magnesium pro Liter, Apollinaris 125, Harzer Grauhof hingegen bloß neun und sogar nur zwei Milligramm die Diamant-Quelle. Dort muss man die Mineralien-Moleküle offenbar einzeln zusammensuchen: Vom Natrium sind nur drei Milligramm drin (im Überkinger hingegen 1000) und auch nur drei vom Calcium.

Von diesem Knochenbaustoff haben viele Leitungswasser mehr: Das Stuttgarter Trinkwasser etwa 51,4 Milligramm, das Düsseldorfer sogar 89.

Doch das piefige Leitungswasser hat es schwer gegenüber den schicken Markenwässerchen, schon mangels Reklame-Etat. 100 Millionen Euro etwa hat Nestlé als Werbegeld spendiert für die Einführung des Neuwassers Aquarel. Das ist das neue europäische Wasser-Label des Konzerns. In Ländern der Dritten Welt wird Nestlé Pure Life verkauft, das soll in den oft schmutzigen Ländern das Symbol für Sauberkeit und Reinheit werden.

Die Aussichten sind riesig: 1,2 Milliarden Menschen auf der Welt haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. 80 Prozent der Krankheiten in Entwicklungsländern sind nach Unesco-Angaben auf verschmutztes Wasser zurückzuführen.

Die Marke boomt: Allein im Jahre 2002 steigerte Nestlé Waters seinen Absatz im Mittleren Osten um 23 Prozent. Weltweit ist Nestlé Waters Marktführer, mit unglaublichen 17 Prozent Anteil am globalen Wasserflaschenbusiness.

Eigentlich ehrbar, den Menschen sauberes Wasser zu bringen. Doch Kritiker mäkeln. „Wasser darf nicht zur Ware werden", sagt Danuta Sacher von „Brot für die Welt" in Stuttgart. Die Ressource sollte allen zur Verfügung stehen, auch den Armen. An den anschwellenden Nestlé-Fluten entzündet sich Kritik: Contrex wird in 40 Ländern verkauft, Vittel in 70, San Pellegrino in 100 und Perrier gar in 160 Ländern.

Eine Schweizer Initiative verlieh Nestlé Waters 2003 den „Roten Teufelsstein": Allein durch die Importe in die Schweiz verursache der Wasserkonzern 12 000 unnütze Lkw-Fahrten im Jahr. 87 Prozent des Nestlé-Mineralwassertransportes liefen über die Straße.

UND DIE EXPANSION GEHT WEITER: In Brasilien haben die „Quellenschlucker" von Nestlé (so die linke Schweizer „Wochenzeitung") eine ganze Reihe von Brunnen aufgekauft – und für das „Einheitswasser" Pure Life Mineralien herausgelöst. Illegalerweise, wie Kritiker sagen: In Brasilien ist das Demineralisieren von Mineralwasser verboten. In den USA werfen sie den Nestlé-Abfüllern vor, den Grundwasserspiegel abzusenken, sodass die Quellen der Bauern versiegen. Ein Gericht in Michigan untersagte im vergangenen Jahr die Entnahme aus mehreren unterirdischen Quellen. Auf dem Trockenen sitzen die Wasserhändler dennoch nicht: Am Lake Michigan hat der Konzern für 75 Dollar das Recht erworben, Seewasser abzupumpen, saugt jährlich eine Milliarde Liter ab und verkauft es als Ice Mountain Water.

Nestlé verteidigt sich. Für Schäden beim Grundwasser gebe es „keine wissenschaftlichen Beweise", sagt Deborah Muchmore, die US-Sprecherin des Konzerns. Das trübe Nass in Brasilien ist nach Firmenansicht überhaupt kein Mineralwasser. Und schließlich sei Wasser in Flaschen keine Ressource, sondern ein Produkt.

Das Wasser als Ware, als Objekt für die Produktmanager. So kann das bisher allzu neutrale Nass endlich modernisiert werden. Die „nächste Welle" rollt schon, verkündet der weltgrößte Aromenhersteller International Flavors and Fragrances (IFF) aus New York: „verstärktes Was- →

ser", Wasser mit Geschmack und ganz neuen Eigenschaften.

Unilever verkauft sein Lipton Aquaé in Geschmacksrichtung grüner Tee und Melone sowie Tee und Guarana. Apollinaris gibt es mit Minzgeschmack, Volvic mit Apfelnote.

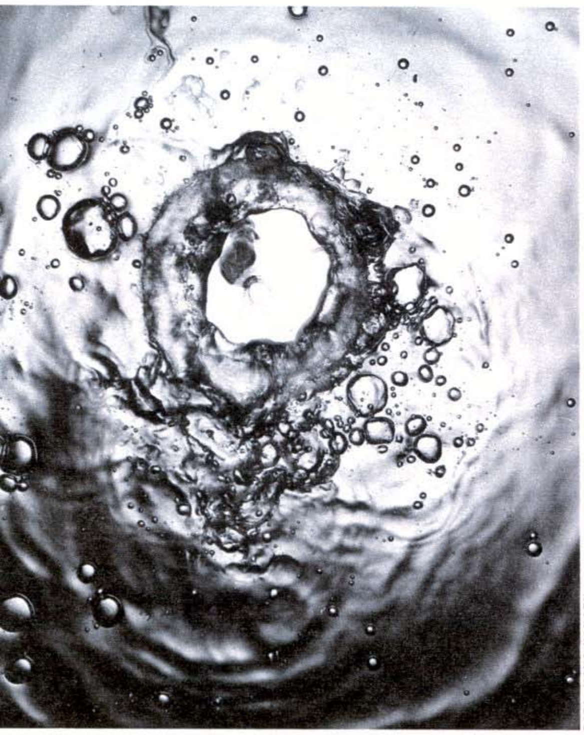


FOTO: HANS HANSEN

Bislang war Mineralwasser rein. Neuerdings wird es „verstärkt", zum Beispiel mit Eisen

Das australische Aquaveta ist geschmacksverstärkt (Zitrone, Orange) und auch „nährstoffverstärkt", mit Eisen, Zink, Calcium und diversen Vitaminen. Die deutsche Taunusquelle hat eine Weckfunktion eingebaut: Koffein. Nestlés Wellness Relax verspricht trinkbare „Entspannung" dank Ginkgo und Johanniskraut.

UND MANCHE PUSTEN noch kräftig Sauerstoff ins Wasser. Oxyvital oder Oxivit. Oder Active O2, das ist das schicke Sauerstoffwasser von den Adelholzener Alpenquellen. Die gehören der Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom Heiligen Vinzenz von Paul. Geschäftsführerin ist, für ein Taschengeld von zehn Euro im Monat, Schwester Theodolinde.

Und Schwester Theodolinde sagt: „Wenn wir nicht gewusst hätten, dass es wirkt, hätten wir es nicht gemacht."

Der Sauerstoff wirkt, weil der Mensch offenbar auch durch den Darm atmet. Die Münchner Professoren Wolfgang Forth und Olaf Adam jedenfalls fanden erhöhte Sauerstoffwerte in der Leber nach Genuss von O2-Wasser und riefen sogleich: „Die Lehrbücher müssen umgeschrieben werden." Von dem Einwand, dass die Sauerstoffwerte nach jeder Nahrungsaufnahme anstiegen, ließen sie ihre Begeisterung fürs Sauerstoffwasser nicht trüben: Es könne vermutlich Krankheiten lindern wie Diabetes, Arteriosklerose und selbst Krebs, schwärmten die beiden Mediziner.

Wasser mit Wirkung: Das hieß bisher „Heilwasser" und hatte ein eher großmütterliches Image, etwa jenes von Staatlich Fachingen, das früher „in Zimmertemperatur schluckweise, möglichst sich in frischer Luft ergehend", einzunehmen war.

Das Wasser im bayerischen Bad Heilbrunn wirkt sogar im Sexuellen: Die Kurfürstin Henriette Adelheid von Savoyen trank davon – und gebar nach acht kinderlosen Jahren im Jahre 1660 ihrem Gatten Ferdinand Maria von Bayern endlich ein Töchterchen.

So will es die Legende – und es könnte was dran sein, denn das Jod im Wasser kann zur Verbesserung der Fruchtbarkeit führen.

Zumindest bei Schafen, wie eine Studie vom vorigen Jahr ergab.

Und auch beim Schwaighofer Leonhard. Der Allianz-Kundenberater war schon viereinhalb Jahre mit seiner Paula verheiratet, doch der Kindersegen stellte sich erst ein, als er jeden Tag an der Heilbrunner Quelle „ein Glaserl" getrunken hat, sagt er. Dann gab's gleich Zwillinge, Benedikt und Veronika, geboren am 6. November 2002.

Wasser wirkt Wunder.

Hans-Ulrich Grimm ist Autor der Bestseller „Die Suppe lügt" und „Die Ernährungslüge"

RESTAURANT-TIPP Von Patricia Bröhm

ZUM SÜNDIGEN AUF DIE ALM

In der „Oberen Mühle" schließt Qualität Quantität nicht aus: Hier wird ordentlich aufgetischt, jeder soll „satt" das Lokal verlassen

Es leben nur glückliche Kühe in Hindelang. Ob sie die Schönheit der Landschaft im Voralpenland bei Bad Oberdorf zu schätzen wissen, ist fraglich, aber sie weiden auf blühenden Almwiesen und produzieren beste Milch. Hindelang ist ein Modelldorf, seit Jahren hat man sich hier der umweltschonenden Landwirtschaft verschrieben, Wiesendüngung ist ebenso verpönt wie die Turbokuh. Die 72 Bauern im Tal liefern ihre Milch bei Ekkehart Egger ab, der in seiner kleinen Sennerei mit einem Käsemeister daraus 15 verschiedene Sorten Rohmilchkäse fertigt. Doch Eggers holzschindelgedecktes Bauernhaus aus dem 18. Jahrhundert beherbergt nicht nur die Sennerei, sondern auch eines der besten Gasthäuser der Region. Die beiden gemütlichen Stuben mit den handgeschnitzten Decken sind jeden Abend voll. Im Sommer sitzt man auf der grünen Wiese und blickt auf Bäume und Berge. Seele des Hauses ist Eggers Frau Ursula Rohrmoser. Sie serviert eine traditionelle bayerische Küche: Wildkräutersalat mit Speckpfifferlingen, Kalbslüngerl mit Semmelknödel oder einen Kalbsrücken vom Rost, gefüllt mit Steinpilzen. Das Fleisch kommt von Vollmilchkälbern aus dem Dorf. Dazu werden handgeschabte Spätzle serviert. Die Wirtsleute legen Wert auf Qualität und darauf, dass „hier jeder grundsätzlich satt aus der Wirtschaft geht". Nach dem Essen unbedingt in Eggers kleinem Hofladen vorbeischauen und ein schmackhaftes Reisesouvenir einkaufen.



FOTO: ALEXANDER KECK

Das Gasthaus „Obere Mühle" mit Blick auf Bäume und Berge

Obere Mühle, Ostrachstraße 40, 87541 Hindelang, Ortsteil Bad Oberdorf, Tel.: 08324/28 57. Warme Küche: 18 bis 22 Uhr. Dienstag Ruhetag. www.obere-muehle.de.